

Educación para el Desarrollo y Marketing Social: Análisis de la campaña de sensibilización y formación de "InteRed" en la Academia Santa Teresa de Málaga.

Education for development and Social Marketing: analysis of the campaign of sensitization and training of "InteRed" in Santa Teresa Academy of Málaga.

Comentario [Office1]:

Victoria Matilde Sánchez Marchena

Universidad de Málaga

matimarchena@gmail.com

***Alberto Antonio López Toro**

Universidad de Málaga

aalopez@uma.es

M. Inmaculada Pastor García

Universidad de Málaga

ipastor@uma.es

Resumen (1)

La Educación para el desarrollo y la ciudadanía global demanda nuevas formas de comunicación efectivas e influyentes, adaptadas a los nuevos tiempos. El marketing social incluye componentes de sensibilización y educativos para cambiar un comportamiento particular en la sociedad. Ambas materias se unen para hacer posible cambios sociales en un mundo altamente interconectado.

El presente trabajo analiza el impacto de las campañas de sensibilización (celebración del Día de la Solidaridad) y formación en Educación para el Desarrollo, realizadas por InteRed en el colegio Teresianas de Málaga.

En el primer caso se encuestaron a 59 adultos y en el segundo más de 200 niños/as de primaria. Las encuestas fueron diseñadas por profesionales del sector.

Los resultados fueron satisfactorios en ambas campañas, sensibilizando al público asistente en el primer caso y desarrollando una actitud crítica-participativa en el segundo, encontrándonos con posibles prácticas de mejoras.

Palabras clave: Marketing social, Educación para el Desarrollo, InteRed.

Abstract

Education for Global Citizenship and Development demand new forms of communication that are effective, influential and adapted to the new times. The social marketing includes components of awareness-raising and education for to change a particular behavior of the society. That is, Education for Development and